- Free eBook -

TOMA LAS RIENDAS DE TU CARRERA

GUÍA PRÁCTICA PARA EMPRENDEDORES

Una guía práctica para emprendedores **2**



www.ronald.com.pe
info@ronald.com.pe

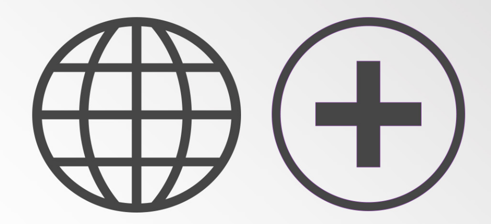


Plan de **NEGOCIOS**

Un plan de negocio detallado es esencial, ya sea para iniciar o comprar un negocio. El plan es una descripción escrita de por qué, cómo y cuándo la empresa alcanzará un nivel declarado de rentabilidad. Como en cualquier documento operativo, el plan de acción debe mostrar claramente los pasos necesarios para montar el negocio. Los elementos de un plan básico de negocios son:

1. **Declaración de confidencialidad**
2. **Visión / Misión / Declaración de valores**
3. **Resumen Ejecutivo**
4. **Descripción de actividad**
5. **Descripción de Productos / Servicios**
6. **Plan de Marketing**
7. **Plan de Ventas**
8. **Plan Financiero**
9. **Organización y Gestión de la Información**
10. **Plan de Operaciones**
11. **Consideraciones Legales**
12. **Plan de Recursos Humanos**





Plan de MARKETING

El plan de marketing es un componente importante de tu Plan de Negocios. Es la clave para definir y entender tu mercado, tu producto o servicio, tus clientes y la competencia. Es la herramienta para desarrollar una estrategia alrededor de cada uno de estos elementos claves de tu negocio. El Plan de Marketing tiene tres componentes:

- **Estudio de Mercado**

El objetivo es ayudar a comprender y describir en detalle la naturaleza de la competencia y los clientes.

- **Estrategia de Mercado**

El propósito es clarificar mercado, clientes y tomar decisiones claves acerca de cómo tu negocio va a responder al mercado.

- **Estrategia de Ventas**

La estrategia de ventas se deriva de tu estrategia de mercado. Se incluyen las decisiones claves acerca de cómo empaquetar, poner el precio, promover y vender tu producto o servicio.

Hay que ser claro en cuanto a la secuencia: El plan de marketing es la base sobre la que todos los demás elementos de tu plan de negocio descansan.





Estudio de MERCADO

La investigación y el análisis del mercado de tu producto o servicio deben ser de la suficiente profundidad para que pueda justificar ante uno mismo o ante cualquier inversor que:

- Existe un mercado viable para el producto.
- La entrada al mercado será con éxito en el plazo previsto.
- Es lo suficientemente "diferente" como para atraer ventas.

Si no hay una necesidad real o percibida de un producto o servicio, no se venderá, no importa cuán grande su productor piense que es. Con el fin de tener éxito, el producto o servicio debe cumplir con uno o más de los siguientes puntos:

- Llenar un nicho de mercado sin cubrir.
- Ofrecer un precio inferior.
- Tener una clara o percibida calidad superior.
- Tener poca competencia o escasa demanda.
- Requerir una experiencia altamente especializada.

La investigación te ayudará a confirmar la necesidad del producto o servicio que propones. Puedes utilizar diversas fuentes, desde el Networking, hasta información online.





Descripción del NEGOCIO

Este ejercicio es un punto de partida para investigar el mercado potencial para tu negocio. Usa este recurso para crear una declaración de posicionamiento inicial:

Busco clientes en... (el segmento específico de la industria, el segmento del mercado) ________________________________

Los clientes necesitarán... (los principales retos o problemas)
____

Mi producto o servicio le puede ayudar en... (el tipo de resultados que puede entregar) __________________________

Hago esto ofreciendo... (los productos o servicios específicos que ofrecerás) ____

Mi producto o servicio es la mejor opción por... (características únicas) __________________________________





Mercado y VENTAS

Cuota de mercado: Es el porcentaje de participación de mercado en manos de cada uno de tus competidores. También incluye la justificación de la cuota de mercado que tienes la intención de capturar. Esta sección es el elemento más crítico de tu plan de negocio, ya que esta información te permite desarrollar un pronóstico de ventas mensuales. Esto te ayudará a llegar a proyecciones realistas.

Competencia: Desarrollar un análisis de quiénes son, cómo operan, así como de sus fortalezas y debilidades. Investigar y analizar las estrategias de los competidores del mercado, nichos de mercado, los medios de diferenciación en el mercado, producto/servicio de las estrategias de desarrollo y ciclos de vida y tipos de mercado (industrial, comercial, residencial, de franquicia, el gobierno).

Estrategias y Ciclo de Ventas: Analizar las estrategias de ventas de tu competencia y el comportamiento de compra de tus clientes potenciales. Incluye los métodos de venta, canales de distribución, segmentación del mercado y estrategias de promoción, las tendencias de precios y el ciclo de ventas.





Estrategia de
MERCADO Y VENTAS

Estrategia de Mercado:

• Compara tu negocio con el de la competencia.
• Identifica los aspectos que hacen único a tu negocio.
• Evalúa de forma realista la posibilidad que tiene una pequeña empresa para competir.
• Acota las descripciones de los productos o servicios que ofreces, tu mercado objetivo y tu cuota de mercado.
• Revisa las veces que sea necesario los pasos que se necesitan para producir tus productos o para desarrollar tus servicios.

Estrategia de Ventas:

Se incluyen las decisiones claves acerca de cómo empaquetar, poner el precio, promover y vender tu producto o servicio. La estrategia de ventas, junto con las decisiones que has tomado sobre la cuota de mercado, se utilizará para desarrollar el Plan de Ventas. El Plan de ventas también incluye previsiones de las ventas mensuales para el primer año, las previsiones trimestrales para cada uno de los siguientes dos años y tu plan de acción específico para lograr dicho plan.



Construimos Carrera **FELICES**

Queremos agradecerte por haber llegado hasta aquí y esperamos continuar brindándote mayor información para tu vida profesional y para tu felicidad al gestionar tu carrera. Somos Consultores de Carrera especializados en perfiles como el tuyo, con una experiencia de más de 15 años en consultoría de carrera ejecutiva y con una personalización sobresaliente.

Éste es el segundo de una secuencia de eBooks dirigidos a emprendedores. Próximamente proporcionaremos la siguiente fase, con mayor información sobre el particular.

Un cordial saludo,

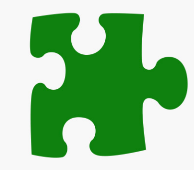
Ernesto Rubio y el Equipo de Ronald, Career Services Group.



Outplacement



Coaching Ejectuvio



Assessments

Una guía práctica para emprendedores 2





www.ronald.com.pe
info@ronald.com.pe